帯広市産業振興会議　第２回ものづくり・販路拡大部会　議事要旨

日時：平成 26 年 8 月 13 日（水）
会場：帯広市役所 10 階第 2 会議室

【論点３－１について】

■落合委員

・支援制度などの情報を得る仕組みに焦点を当てていきたい。
・人財についても掘り下げが必要と感じている。
　特にサービス業など、絶対数の足りない部分をどうするか。

■松永委員

・支援制度があっても知らない事業者が多い。情報を積極的に提供する仕組みが必要。
・小規模の事業者は経営者がプレーヤーとして働いているところが多い。情報収集の時間を確保できないため、情報誌など、情報与える手段を行政に求めた。
・自社においても給料改善など通じて、自分の会社に将来性を持ってもらうように取り組んでいる。また、楽しみながら能力向上を行うようにすれば会社に人材が集まる。行政から応援してほしい。

■有働委員

・支援制度についてネットで調べればわかることもあるが、文章が難しく理解が困難。内容を噛み砕いて小冊子などで情報をもらえればいい。
・文章の書き方など、作成を支援するような取り組みがあれば。産業振興センターでコンサル的なことをやってくれれば制度へのエントリーがしやすくなる。
・人財についても、頭数のみならず技術の継承も問題。技能士の 1 級など資格もあるが、学科で引っかかることもある。職業訓練指導員の資格がある人は学科免除など、資格を取やすくなる支援があれば。

■中村委員

・生産だけでなく、加工も考えると他の業種と同じ課題を持っていると感じる。
・生産現場にいながら加工、流通等も手掛けるのはハードルが高い。自社のみで加工、流通まで行っている農家が、本業を助ける事業として成り立っているのか疑問がある。多くは農業の PR としての活用がほとんどではないか。
・地域のなかで餅は餅屋ではないが、事業者間が win-win の関係性を築ければ。

■高原委員

・H25 年度に補助金に 2 本エントリーしたが、両方ダメだった。その際は海外で雑誌の出版を企画したが、現在の事業の延長として捉えられたことが不採択の原因。企業の

チャレンジに対する姿勢を理解してもらった上で、書類作成を簡単に教えてほしい。

・現在は人財を集めるのは大変で、この状況は数年続くと考えている。そのなかで、管外の人やＩターン、Ｕターンをどのように十勝に呼ぶかを効果的に取り組む仕組みが必要。その意味でもいろんなチャンネルを使って十勝の魅力を発信していくことが重要。そういった意味では十勝は先進的であり、もっと強化するべき。

・人材育成は一社では困難。共同の仕組みが必要では。

■後藤部会長

・情報の獲得のしかた、制度にリーチした後にどうするか。チャレンジする取り組みに対する支援という考えをベースにしたアプローチがあるべき。きれいな資料作成がすべてではない。必要な資料については行政と民間の役割分担のなかで、得意とする組織が作る仕組みがあればすごく良い。

・一地域、一社だけでは行えないことを共同で行う考えが必要。

・十勝バスがフィーチャーされている。野村社長いわく、バスの使い方など、利用してほしい人に伝わっていない情報を改めて発信しただけとのこと。支援制度も同じで、目の前の支援制度について、使い方などしっかりと企業に伝わっていない部分をどう伝えていくかを行政と民間でお互いに知恵を出していければ。

・三重県の会議で、もっとえこひいきをするべきと話している。戦略的なえこひいき。国や県の支援じゃなくて自社でやればいいんじゃないの？という考え方を超えて、戦略的なえこひいきを出来ればいい。

・本社が丸の内にある企業が、全国で色々な事業を手掛けている。
業種に限らずソーシャルに人を引き受けられる仕組みを作って、地域として受け入れ、地域全体で人を育てて、自分たちのところで採用する仕組みがあれば。

■松永委員

・宮崎県の木材業界で戦略的なえこひいきを行っている。国、県、市町村が資金を集中し、今となっては基幹産業まで成長した。15 年ほどの取り組み。無駄になった部分もあったと思うが、最新機器の購入なども対応していた。輸送費がアップした場合、輸送費まで補助していた。補助の仕方も一社に支援するのではなく、地域で共同的な組織をつくり、そこで集めることで輸送費を軽減するなど取り組んでいた。完全に行政主導で本腰入れた取り組みだった。弊害として、他地区からの進出を受けることとなった。

・的を絞って 5 年など中長期の視点での取り組みは必要。

■落合委員

・農業基盤と農産物をどういう形で発信するかを、行政を巻き込んで考えなければならない。日本缶詰のように十勝に期待している企業もいる。ニッカンでは製品に合わせ

たコーンを使用しており、農家に要求している。その分農家とのつながりが強い。十勝にそういう会社があり、世界に進出していることは心強い。

・行政との組み立てをどうするか。行政のノウハウをどれだけ受け止めていくのか。行政を上手く利用しなければならない。

■中村委員

・カルビーも同じような形態。会社から生産者に提案し、生産している。

■有働委員

・大学を上手く使わなければいけない。

・畜大にはほとんど管外の人が入学していると思うが、何人帯広に残っているか。帯広が好きで残ると言う人をいかに増やしていくのか。企業が受け皿として頑張る必要もある。若い人がいないと、町、企業が活性化していかない。人口が減り、大学が増えている現状で、畜大のような特色のある大学が生き残るには、地元の企業が受け皿となるようなことをやっていかなければならない。

・市を含めて地域全体が何かアクションをおこさなければいけない。

■後藤委員

・帯広が好きで十勝に残りたいが就職先がないという話しもある。

■落合委員

・現学長は非常に視野が広く、そういった意味でも大学の活用は必要。

・畜大は農業に特化しており、ジョイントしやすい。地域が抱える課題に、どこの学部がマッチしていくのかなど、市も大学をよく分析してほしい。

獣医だけではなく、食品科学など重要だと考えている。加工品は圧倒的。

■高原委員

・ソーゴー印刷にも卒業生が 3 人いる。1 人がデザイナーで 2 人が編集者。

・畜大で勉強したことと関係ないように見えるが、十勝で働く以上、必ず関係してくる。

・学生の意識を変えていただき、（勉強した内容と関連する）仕事がない、と思うのではなく、関係ないように見えても自分の学んだことは必ず関係してくるんだ、という意識を持ってほしい。そのためには企業側の発信も必要で、色々なやり方があると考えている。

・人材育成に関して、経営者の勉強の場はあるが、従業員教育の場が少ない。中小企業の経営者が集まって学校を作る、その主体が帯広市だと非常に参加しやすいと感じる。

■後藤部会長

・次のようにまとめたい。

◆畜大を含めた高等教育機関の有効利用が必要。

◆畜大で学んだことが、どういう業種であれ十勝で働く上では有効であるという考え

方を、学生、企業の両者が認識するということも人材の確保という意味で一つのアイデア。

◆農業が十勝の基幹産業という認識のもと、農業を軸にしながらどんなことが出来るか整理が必要。

【論点３－２について】

■落合委員

・十勝は３６万人のマーケットであり、非常に少ない。農業生産高から考え、やはり域外への販路拡大が必要。

・国内と国外の２つに分かれると思うが、アジア、ASEAN の方は北海道への憧れが強くチャンスであると考えている。

・現在では十勝の和牛、ナガイモがほしいとの声が多い。

・観光にしても台湾の数が圧倒的に多い。

・国内も重要だが、やはり十勝の海外戦略の構築が必要だと考える。

・マーケットが成熟してからでは遅い。成熟前にチャレンジし、開拓する必要がある。

■松永委員

・ネットが発達しているなか、ネットを活用しない手はない。

・HP の翻訳なども必要になる。

・物流（商社活用、直接貿易）、市場規模に合わせた共同展開など、こういった可能性を探るための情報発信、営業活動に尽きる。

・全国規模の金融機関の担当者など、信頼できる人間を通じたマッチングなど、人間関係から始まる取引もある。

■有働委員

・専属の営業がいなかったが、２~３年前から現場兼営業の職員を採用した。

・２年で１００社ほど回り、５%程度の取引につながった。やらないよりはやったほうがいいと感じている。

・十勝から札幌に流れているような地元の取引を、地元の企業でやるようにレベルアップしていきたい。札幌に流れている分だけ、地元企業は伸びしろがあると感じる。

■中村委員

・個々の農家で営業活動は難しい。

・川西地区で薬草を生産している農家が増えている（ツムラ）。十勝の農家は、買い手がいて採算が合えば、企業の提案に応える技術を持っている

・ツムラの薬草も根ものなので、ビート機械を改良するなど、対応力はある。提案してくれるパートナーがいれば。

・受け皿、取りまとめとして、行政が単位農協にアプローチして合弁会社を作るなどしてもらえれば現場は対応できる。

■高原委員

・以前行ったシンガポールミッションの考え方が大事。それぞれの企業が自社製品を売るのではなく、十勝を丸ごと売る考えが十勝中に浸透すれば大きく変わる。

・口コミで発注をもらうことがある。営業マンが営業かけると身構えるところも、自社のお客さんから薦められるとかなり前向きに捉えてもらえる。この心理を使ったマーケティングができれば。

・オール十勝を飛び越えた考えがあってもいいのではと感じる。十勝のイベントを帯広で開催するのでは普通だが、道内他地域のイベントが帯広で開催されると全道から人が集まるようになる。十勝の魅力をどんどん出すためには、十勝管外の方が帯広でイベントを開催するなど、話題の中心に帯広を持ってくるような取り組みが出来れば面白い。

■後藤部会長

・BtoB ではなく、BtoCtoB の取り組みを行っている。信頼関係が構築され、また、消費者が発信するとバイヤーに響くという仕組みが実際にあることを確認している。

・相手のことをほめると自分のこともほめてもらえる。他の地域を巻き込むことで、十勝を発信してもらえる。同様に、自社からではなく他社に自社の営業をしてもらえるという営業戦略もありえる。

・マカオで開催予定だった PBEC のテックトークという IT 系の会議が、9/29－9/30 に十勝で開催されることとなった。キーパーソンの方が十勝を訪問した際に、十勝を気に入ったことがきっかけで、急遽マカオから十勝に変更したもの。

※PBEC（Pacific Basin Economic Council 太平洋経済委員会）

太平洋地域の実業人で構成される民間国際組織。域内各国の実業界相互の協力を促進することにより、各国間の経済関係強化及び地域の経済的・社会的発展に貢献することを目的にしている。豪州、中国、日本、韓国、タイ、シンガポール、アメリカなど２０の国・地域が加盟（コトバンクより引用）

・十勝はすごく魅力的な地域。遠回りだが、十勝であればこういった営業スタイルはありえる。

■落合委員

・継続した取り組みにより、地域に根付くような事業であることの見極めが重要

・そのためには、これまでの取り組みを通じて得た課題などを整理する必要がある。

■松永委員

・消費者が十勝の農産物のよさを広げていく好循環の流れを作ることで上手く回るので

はないか。

・農家に聞いたところ、ネット販売を始めたところ一日の発送量が多く、自分たちだけで続けられないとのことからネット販売をやめた例がある。チャンスはあるが、農家同士が集まって上手に取り組める仕組みがあれば変わってくるのでは。

■中村委員

・農家の一人相撲になっている。

・時代背景として農家戸数が減少しており、一戸平均４０町になってくると細かい対応が出来ない。

・十勝は原料型だが、管内に加工場などのインフラが整備されれば。

■有働委員

・自社 HP は持っていないが、機械工業会の HP から仕事を受注するパターンもある。

・営業に補助する形で上手く活用すれば受注件数が増える可能性がある。

■後藤部会長

・情報をかなり発信しているつもりだが、受け取り手からするとあまり知られていない。

■高原委員

・発信元と受け手のギャップがかなりある。十勝の名前は知っているが、場所が分からない。豚丼だけ知られているなど、現状を変えていかなければいけない。

・ふるさと納税の確定申告がいらなくなるなど、十勝の魅力を伝えるうえで活用できるのでは。上士幌のような取り組みを十勝１９市町村が一斉に行うことでコアな十勝のファンを増やせれば。

・物がほしいから納税している人も多いと思うが、十勝を知るためのきっかけとして上手に活用できるのでは。

■後藤部会長

・札幌は現在周辺地域との関わりを推進するために「札幌トリセツ（札幌の取扱説明書）」を作成している。

・都市圏と周辺地域のかかわりは、周辺が豊かだから都市が豊かであり、また都市が豊かであるから周辺が豊かであるという両面がある。

・周辺を巻き込みながら、余計なこと、幅広いことが逆にダイレクトにつながる可能性がある。その可能性をどう使うのかをモデル化など整理する必要がある。

■松永委員

・都会の十勝のイメージがちょっとずれていることがある。ヤフーやグーグルのような十勝の検索エンジンのようなものがあり、十勝のことを探れるようなものがあれば。

・必要な情報はすべてスマートフォンで検索する。また、必要な情報以外はいらない情報。

■高原委員

・おいしいものを検索すると、必ず頭に来るのは「食べログ」。これは一中小企業ではいかんともしがたい。どうやって消費者に深い情報を与えるか。各方面が得意な手法で行っていくしかない。

・自社としては広く満遍なく情報を与えることは出来ないため、特定の敏感な層、周囲に影響力のある層にターゲットを絞って情報発信したいと考えている。

・海外に目を向けると、台湾からソーゴー印刷の本が出版された。中国でも出版予定（別冊スロウ）。出版物を通じてコアな北海道ファンを増やしていきたい。

■後藤部会長

・ターゲットを絞った情報発信でなければ効果的であり、情報発信が営業活動であるということが共通しているところだと考える。その点も踏まえ、体制も含めてこの論点では整理していきたい。

■後藤部会長

・情報発信はデザイン力が必要であり、女性の視点も必要になる。地域には人材がたくさん眠っている。

■後藤部会長

・情報発信が営業であると捉え、その体制づくり、十勝型営業スタイルについて今後、整理を行う必要があるのでは、ということを今回のまとめとしたい。

【論点４について】

■落合委員

・様々な企業があるため絞るのは難しい。コンビニなど大手とジョイントではなく、独自性が大事と考えている。

・全国に無いもの。十勝しか売っていないというものがあって良い。こういうものをどう開発していくか。マーケット戦略も必要なのでプロを交えながら考えられれば。

■松永委員

・加工度を上げ、地域に経済効果を落とす取り組み。加工が出来る仕組みをパンだけでなく他の製品でも整えていく。

・大手とのジョイントはボリュームが必要であれば、PB 商品の扱いや OEM もあると考えている。もしくはニッチなもの、プレミア性の高いものを見つけて発信していくことも必要だと考える。この二つの両輪で薦めていければ。

・インフラで言えば工場だとか機械設備など必要になる。その当りのノウハウも含めて行政と取り組んでいく必要がある。

・小売の状況が厳しく、街中の商店街が寂しい。地域では大きなスーパーマーケットに

集約されていると思うが、商店街の活性化が出来るようなことが産業振興会議のなかで上手くいかないのかなと感じている。

・夜の飲み屋街だけでなく、昼間に人がいるようになれば。

■後藤部会長

・「魅力あるまち」というインフラが必要。

■有働委員

・札幌が一つの目標なので、そこに結び付けて施設整備、人財育成を進めている。

・設備は金銭的な問題だけであり、札幌と遜色ないと感じるが、人財が札幌と比べ弱い。その面を束ねることが出来れば、地元から札幌に出ている仕事を地元で押さえる道筋になると感じる。

・商店街も駐車場が多い。駅前を帯広の顔として活性化していかないといけない。

・高齢人口が増えている中、商店街の活性化が年寄りに優しい街づくりにつながる。

■中村委員

・十勝でもそれぞれの農家でクオリティが異なる。農協ではそれが混ぜられる。
クオリティの高いものをピックアップして加工につなげ、ここのクオリティは非常に高い、という取り組みが良い。

・同友会の会議で長谷川産業の長谷川社長より、B級グルメはやめてS級をやろう、という話しになった。そのS級の発信を地元からするべき。

・芽室の大野ファームで、約2,000円のランチを始めた。大野さんが言うに、ここまで「わざわざ」来てくれたのに、安いものを食べさせる必要はない、という考え方。自信を持って良いもの、高いものを提供している。その考えが良いと感じている。

■後藤部会長

・「わざわざ」行くのか「ついでに」行くのかの違いで、「わざわざ」を創っていかなければいけない。

■高原委員

・自社のビジョンとして「消費者の意識を変えたい」というものがある。

・地元資本の店、企業から商品を買うという流れを作らないと地域の発展はない。

・今ではネットですべて買うことが多くなり、現金をほとんど使わない世代がある。

・この傾向を変えるには、教育というものが大きな鍵になると考えている。

・小中学校で消費者教育を行い、地域でお金を回すことが重要で、その意識付けが必要。

・自分が使ったお金がどういう風に流れていくのかを知るような場面が必要。

・そのために、是非市に副読本を作ってもらい、消費者教育を子供のうちから行い、地域の愛着心を育て、就職等で一度出て行ってもまた戻ってくるような地域にしていきたい。同友会など通じて是非取り組みたい。

・エンゲージメントマーケティングなどというが、地域への愛着心を高め、値段が一割二割高くても地元で買うという流れを作り、親になったときにまた子供に受け継がれていけば、地域はずっと発展を続けられる。

・地元の人が地元のものをちゃんと使っているという事実から、東京の人が買いたいと思うようなムーブメントを起こしていけば、域内の循環のみならず域外からの資金の獲得につながっていく。こういった道筋を何とか作っていきたい。

■後藤部会長

・小さい企業は海外のレギュレーションに対応する加工工場を自社でを作れないという現実がある。これを共同で作るような仕組みがあってもいいのではないか。

・海外から十勝に来て気に入ったとしても、海外の求めに応じることが出来ないため結局大手の工場に原材料が行って、という流れになる。このように既に引き合いがあるものについては、はじめから海外の出資を視野に入れて共同で加工場を十勝に作るようなことも一つの方法としてありえるのではないか。

・十勝の魅力、ポテンシャルを考えたときに、海外まで飲み込んだ展開が起こりうると感じている。

■高原委員

・大手資本の店が増えているが、締め出すことは出来ない。かといって利益が域外に吸い上げられる仕組みは変えたい。管外の企業に対して地域への貢献を義務付けることが出来ないかと感じている。

■後藤部会長

・クオリティをどうこだわるのか、情報発信力をどう高めるのかを整理したうえで、IT系も含め街なか活性化など必要なインフラについて具体的なものを検討していくことを論点４に対する今回の意見としてまとめたい。